

ポイント制の導入による 教育システムのビジネスモデルの構築 ーポイント制教育アプリの可能性ー

王 碩

【修士論文概要書】

これからの 10 年間、スマートデバイスの発展は昔 PC の発展のように、生活の中でなければならぬ存在であろう。アプリ市場では沢山のビジネスチャンスが増えていくことが明になっている。言うまでもなく、教育アプリも増えていくだろう。

第 1 章では、「ポイントシステム」について述べる。1850 年頃、米国で仕入れの手違いで洗濯石鹼を大量に抱え込んだ小売業者が、包装紙にクーポン券を貼り付け、何枚か溜めると絵画と交換できるサービスを提供したことがクーポンの始まりとされている。その後、スタンプを発行し、それを何枚か溜めると商品と交換するサービスが見られるようになり、1896 年には、スタンプ・サービスをシステム化・商品化し、複数の小売業者に販売するというスタンプ専業会社が現れた。その後、技術の革新などから、クレジットカード会社が発行する報酬プログラム (Rewards Program) などにとって代わることになった。そして、現在どのような状況になっているかを説明する。

第 2 章では、「日本の特有な共通ポイント」について述べる。近年日本では、企業間でのポイント互換制度は広まってきている。そして、規模の大きな企業ポイント連合も形成され始めている。異業種間の企業ポイント連合としては、ソフトレンタル最大手の「TSUTAYA」を運営するカルチュア・コンビニエンス・クラブ (CCC) が発行している T ポイントが先行していたが、これに対抗するように、三菱商事は、ポイントの発行や運営、管理を担当する 100%子会社のロイヤリティマーケティングを設立し、コンビニエンスストア大手のローソン、昭和シェル石油、音響・映像ソフトレンタルのゲオなどを中心とする「Ponta (ポインタ)」を立ち上げた。Ponta は家族で貯めたポイントを 1 人に集約できるようにするなど、新しい手法も取り入れている。このような特殊なシステムを日本のポイント市場に基づいて解説する。

第 3 章では、「ゲーミフィケーション」について述べる。ゲーミフィケーションというのは、課題の解決や顧客ロイヤリティの向上に、ゲームデザインの技術やメカニズムを利用する活動全般である。

ゲームデザイン手法や仕組みを用いて問題の解決やユーザー契約などを獲得すること。

例えば、既存のシステムやサービスへの、順位・可視化・ポイント・カード・バッジ・ミッション・レベルシステムの採用など。ゲーミフィケーションの原理と実例を通して、詳しく解明する。

第4章では、「日本の教育 ICT 推進事情」について述べる。ここ数年、スマートデバイスに関するニュースが様々な領域で活躍している。教育方面でもスマートデバイスの導入に関しては、全力で支援しているようである。「2020 年までにすべての学校で 1 人 1 台のタブレットを導入した IT 授業を実現する」と文部科学省がこのような目標を掲げている。2011 年発表「教育の情報化ビジョン」での構想である。あと 5 年でタブレットを活用した“IT 授業”が当たり前になるというのは、想像しづらいかもしれないが、2011 年「教育の情報化ビジョン」を発表して以来、文部科学省の「学びのイノベーション事業」、総務省の「フューチャースクール推進事業」など次々に発表されている。教育機関や PC ベンダーはこの目標に向けて積極的に活動しているようである。ICT 教育の将来について述べる。

第5章では、「スマートデバイスアプリのビジネス」について述べる。近年、急速にその市場が拡大しているスマートフォンは、世界中の人々の生活スタイルを変えたイノベーションである。従来の議論では、携帯電話のネットワーク外部性は通信事業者による電話回線ネットワークの囲い込みに焦点が当てられてきたが、スマートフォンにおいては、音声通信よりも非通話通信が重視され、具体的には、スマートフォン OS 毎に異なるアプリケーションとその流通手段であるアプリ販売サービス(iOS の App Store や Android の Google Play など)を利用するユーザーの数がネットワーク外部性による便益をもたらしている点で、携帯電話の新たな価値創造のプロセスを示しているといえよう。

第6章では、「タブレット用ポイント制教育アプリの設計」について述べる。以上5章の内容を踏み込んで、さらに新しい内容を生み出す設計図で示す。アプリの重点は問題集である。中に、日本で活躍している共通ポイント制度を導入する予定である。学生たちに問題集が解き終われば、点数を付け、点数によってポイントを与える。このポイントは新しい問題集の購入、奨学金、電子マネーの交換、クーポンとの交換など多様化の使い道を設定する。それに従って、もちろん多くの企業にとって、お客さんの一部分として扱い可能だと見通している。

第7章では、「タブレット用ポイント制教育アプリの可能性」について述べる。研究本人の研修企業の事情を説明する上に、こんなシステムの必要性を明らかにする。

第8章は、本研究のまとめである。本研究はポイントシステムの歴史を始め、ポイントの進化方向、ポイントを利用するゲーミフィケーション、日本の ICT 教育及びスマートデバイスのビジネス、五つの方面で、新たなビジネスの成功性を導いた。このタブレット用ポイント制教育アプリを実現するためには、また多方面の協力が必要である。そして、多方面の資料、データを利用すると、今度の研究に関しては、成功可能性はかなり高い。今回の研究はビジネスとして実装されると、生徒たちのモチベーションを上げるとともに、ユーザーのデータを集めることも可能である。教育方面、運営、投資会社側などに対するメリットが証明できるだろう。